基于移动互联网技术下的媒体融合发展研究

摘　要：媒体融合是目前传媒领域无法逆转的发展态势，而移动互联网科技的兴起与发展，极大地促进了媒体融合，对媒体融合的整个过程产生了非常关键的影响。要达到媒体融合道路的长远发展，就一定要掌握移动互联网科技的基本性能，结合其对传媒造成的相关影响来调整和计划媒体融合的战略思想。

关键词：移动互联网；媒体融合；困境；发展探究
中图分类号：G304　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2017）10-051-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.018

文 / 徐俊勇

基于互联网技术尤其是移动互联网科技的高速发展和使用，以往的媒介和新媒介深入融合已成为传媒领域无法扭转的发展要求，以往的出版媒介形态、业务方式以及经营模式也由此而出现了转型和调整。本文从多角度分析当前媒体融合遇到的挑战，同时详细阐述相关的发展策略。

1. 移动互联网背景下媒体融合遇到的挑战

较长一段时间里，媒介形态是以往媒体与新媒体共存的形态，本文主要对媒体融合的相关内容展开详细的分析。

以往媒体的制作平台在 IT 基础结构上，先是在服务器计算层达到了仿真化，在现在也日益使用云计算技术完成了保存与网络的仿真化，搭配集中的云管理系统，建立出了媒体单位的私有云。

移动网络新媒介从刚开始就建立了私有云，或是租赁公有云创建 IT 基础结构。怎样实现以往媒介和新媒体的结合，是完全借助私有云或者利用公有云，这就要求大家弄明白媒体融合和混合云之间的联系。

在以往媒介和互联网新媒介的媒体融合阶段，技术部门应思考技术改进可能遇到的一系列挑战，不管是以往的媒体或者新媒体，均会遇到业务拓展问题，逐渐多的新业务产生，需兼顾提升落实制作效率，还应考虑安全与低费用[1]。而以往媒体经营方式与新媒体经营方式存在比较大的差异，怎样缩小这一差异？互联网新媒体活动对系统弹性提出了较高的要求，媒体科技的发展形势促进了媒体融合，要求注重技术改进。媒体融合过程遇到的挑战主要表现在以下五个方面：

（1）经营方式：当前媒体呈现模式比较多，PC、移动电话、社交网络系统等，商业形式方面也要求有明显的创新。

（2）管理模式：不仅要兼顾到以往媒介的管理方式，还需思考新媒介的管理模式。

（3）技术构造：云的技术构造包括三层，云管理系统也需兼顾传统媒体及新媒体。

（4）业务运用：不管是传统媒体或者新媒体，均需考虑到运用的安全性、稳定性、可用性以及扩展性。

（5）IT 运维：在以往媒介与新媒体基础构造层均涵盖许多资源，如何充分提升其使用效率、减少故障率，也属于运维方面应主要思考的内容。

2. 移动互联网科技给媒体融合提供的动力

以移动网络科技为对象的“传媒技术的建设是实现媒体融合的基本因素之一”，换言之，没有移动网络技术的建设，媒体融合将无法实现。

2.1 建立媒体新系统

从 1973 年首部移动电话诞生到现在已有几十年的时间，但其真正变成人类获得资料的媒体系统，只是短短的几年时间，移动电话用户的总数第一次超过台式计算机用户数量[2]。当前，截止到 2016 年，我国的网民数量就多达 7.20 亿，手机用户数量多达 6.57 亿，借助手机上网的用户占比很高。由此不难发现，真正让人们接受和依靠移动端媒体的并非是手机自身，实质是移动网络技术。各种媒体在以移动电话为主体的移动端媒体系统上，实现模式整合。

2.2 宽带技术条件优化

尽管在理论方面能够完成“把电视装到手机中”，但低网速高成本的现象在客观上制约到视频媒介在媒体融合背景下的正常发展。伴随宽带科技、无线系统技术的快速发展，网络宽带增强、网络成本下降，加上网络视频科技的发展，视频媒介和新媒介的充分融合变成了可能。

2.3 转变生产流程和产品形态

移动网络技术可以达到资源共享与实时传递，能够节省以往的媒体资源，特别是纸媒在运营阶段不必要的时间和物料耗损[3]。此外，数据的实时沟通传递也可以使媒体报道的创造性及针对性得到提升，以散发各种媒介在融合背景下的独特优势，防止数据赘复，传播同质化。

2.4 大数据支撑“内容为王”

媒体融合不只是媒体在模式方面的融合和改革，“内容为王”的内涵在融媒体环境下也适用，而且内容一定要对准受众的需要[4]。大数据技术的使用，便是围绕用户的要求，把用户放在媒体传导环节的主导位置，“借助媒体形式的多元化，收集受众的行为习惯、理论态度，利用信息挖掘研究出受众的基本状况，保证数据针对受众的准确投放，进一步促进受众体验。”

3. 移动互联网科技背景下媒体融合的发展策略

3.1 完善媒体管理支行制度

媒体融合主体的兴起不仅仅是资产的整合那样简单，经营发展要有新的媒体经营制度来支撑。传统的运营程序和管理模式已经无法满足媒体融合这一新的产物[5]。当前的少数实践已对制度创新进行了大胆的尝试：以受众要求的内容为基础，创建“中央厨房”式的媒体融合结构，实施业务程序再造与机构整合。另外，对以往每个媒体人员的控制和评估奖罚制度、人力资源的融入流动等均需进行详细的研究，最后创建一个整合运行和跨媒介联动的控制模式。

3.2 发挥独特优势，创建自主品牌

在媒体融合的大背景下，各类媒体模式均可以轻易得到使用，若只是把各种模式简单堆砌，不重视坚守本身独特优点，出现的媒体产品将会千人一面，丧失创新动力与人文内涵[6]。比如同样建立新闻用户端，“网易”被大家关注的关键原因是犀利的跟帖与点评，“澎湃新闻”让人们留下深刻印象的就是其原创时政稿，其中，“今日头条”凭借个性化定制获胜。虽然媒体融合注重聚合，可是无法由此而去除媒体的细化与细分。媒介具备了自身的“标签”，方可吸引与保留更多的客户。

3.3 开发内容导向路径

通过上述分析得知，不管媒体是不是融合，“内容为王”一直是媒体长远生存的关键，遵循内容导向，仍然是全部媒体建设的原则。移动互联网科技所带来的变化，对媒体判别选题的价值好坏、明确内容的优劣与否产生了较大的影响。简单的说：一方面，大数据科技的使用使媒体可以轻松明确地了解受众的要求，由此合理带来个性化的定制业务是媒体在制作内容时需要思考的重要因素。可是也有观点显示，“受众对内容的个性化制作或是参加，兴趣受限[7]。受众所希望的是管理权：能够实时查阅所有需要的内容，具备选取的权利而不是必须做出抉择。”鉴于该观点，媒体在带来个性化定制业务的同时也需要掌握好“度”，无需盲目地迎合受众偏好。另一方面，移动互联网科技给予用户诸多的主动权，单一线性的传递形式被简单明了的双向交流所代替。这也给媒体明确选题及内容提供了更新的思路：在内容报道上要不断增强用户的参与度、互动性。当前，央视推行的国内首期“融媒体”新闻点评栏目《中国舆论场》便是一次很好的尝试。新闻直播阶段，把电视、网络、移动新媒介实现统一，创新性地引进“在线观众席”，世界网络能够借助手机实现及时购票，变成节目现场参与对象，直接表述观点，向用户提问，全过程交流。

3.4 健全制度增强意识，预防侵权现象的出现

移动互联网在达到了数据的相互联通以及无界共享以后，将会产生的侵权情况，需要受到大家高度重视。首先是隐私权，在用户的各种资料被投进到大数据“云端”后，或许部分不愿意让别人干涉的“隐私领域”也受到了侵犯。其次是版权，“版权维护”在近些年日益受到大家的广泛关注，但伴随互联网的发展，又出现了新的瓶颈。新媒介产品通常会包含更加繁杂的版权权利情况，遇到了很多很繁杂的版权要求明晰以及怎样授权应用情况。如果不避免上述两种侵权问题的出现，对媒介的公信力、创造的积极性及其经济利益以及用户的基础权益均会造成负面影响。

4. 结束语

综上所述，移动互联网已经变为媒体领域发展的关键背景，若要实现传统媒介的稳定及长远发展，增加以往媒体的经营效益，实现以往媒体包含趋向“边缘化”的广播业、平面媒介等和新媒体的全面融合是非常关键的。鉴于此，相关部门和业务人员应充分掌握移动互联网背景下媒体融合的发展状况，进而采用科学的策略来创新和优化，达到融合发展的目标。媒

参考文献

[1] 刘力军．对广播电台微信公众平台内容生产的冷思考——以浙江省广播媒体为例 [J]. 中国出版，2016（08）：59-62.

[2] 罗青林．媒体融合背景下传媒企业经营管理模式分析——基于传媒史的视角 [J]. 江西财经大学学报，2016（03）：98-107.

[3] 王佳航，孟雨佳．移动新闻直播的制播策略初探——以中央电视台移动直播节目为例 [J]. 新闻论坛，2016（06）：12-16.

[4] 李宇宁．地方党报融合变革的路径创新——以广西日报“东学记”专题报道为例 [J]. 新闻战线，2017（01）：73-75.

[5] 聂自非，李英斌．新媒体内容集成发布平台在 2017 年央视春晚融合传播中的实践 [J]. 现代电视技术，2017（05）：26-29.

[6] 尹汉宁．立足优势 增强自信 在媒体融合发展中提高传播能力 [J]. 传媒，2014（15）：8-9.

[7] 王京，汤思民．新媒体环境下的广播实验教学探索——以广播节目制作类课程为例 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2014，36（11）：153-154.

（作者单位：甘肃日报社）